



Faire croître son entreprise : les étapes à suivre pour réussir



Rester au courant de votre entreprise et de son marché vous aidera à vous positionner pour le succès. © Jupiterimages/Brand X Pictures/Thinkstock

Après avoir travaillé dur à rédiger un plan d'affaires, à trouver du financement, à embaucher des employés et à acheter l'inventaire, vous êtes enfin prêt à ouvrir vos portes. Que faire maintenant ? Les étapes suivantes vont vous mettre sur la voie de la réussite.

Revoir son plan

La première étape pour faire croître votre entreprise est de la comprendre, et le meilleur moyen de la comprendre est de revoir votre plan d'affaires. Quelle est la mission de votre entreprise ? Quelles sont ses valeurs fondamentales ? Quels sont ses objectifs à court et long termes ? Sont-ils cohérents avec la mission ? Pour

réussir, la mission de votre entreprise doit guider sa croissance.

Quelle est la position actuelle de votre entreprise financièrement et sur le marché ? Comment vos produits ou services diffèrent-ils des autres produits sur le marché ? Quelles sont vos marges de profit ou de perte ? Déclenchent-ils des problèmes de trésorerie ? Quels sont les cycles affichés par votre marché, et à quel type de croissance pouvez-vous vous attendre ? Existe-t-il des grandes tendances dans le comportement des clients ? Vous tenir au courant de votre genre d'entreprise et de son marché vous aidera à vous positionner pour le succès.

Connaître la concurrence

Identifiez les meilleures entreprises dans votre domaine. Qu'est-ce qui fait qu'elles excellent ? Comment votre entreprise se mesure-t-elle par rapport à elles ? En examinant les points forts des concurrents, vous pouvez repérer ce qui les distingue. Cherchez des façons d'intégrer leurs meilleures pratiques.

Vous devriez aussi étudier les faiblesses des concurrents. Sont-ils en train d'ignorer des marchés ou de négliger les besoins des clients ? Identifiez des possibilités qu'ils n'ont pas prises en compte et profitez-en.

Faire croître son entreprise : les étapes à suivre pour réussir

Créer une culture positive

Pour attirer à la fois les clients et les employés, cultivez une passion pour votre entreprise chez les autres. Par exemple, montrez que votre entreprise est un membre responsable de la communauté en faisant don de bénéfices à des associations caritatives ou en fabriquant des produits respectueux de l'environnement. Si votre entreprise s'est engagée à servir la communauté au-delà de la simple fourniture d'un produit ou service, vos clients et vos employés seront engagés vis-à-vis de votre entreprise. Assurez-vous simplement que votre agenda social soit bien compatible avec votre mission.

Veillez sans cesse à vous entourer de gens talentueux et encouragez-les à innover. Demandez leur avis et mettez en œuvre leurs suggestions. Définissez des objectifs précis pour la croissance - non seulement pour toute l'entreprise, mais aussi pour les employés individuels. Cela fait augmenter la responsabilité, encourage les employés à développer leurs compétences, et met en avant la réussite individuelle. Établissez un calendrier régulier pour le suivi des progrès vers les objectifs généraux de votre entreprise et de chaque employé afin de veiller à ce que tout le monde reste sur la bonne voie. Et récompensez les réussites lorsque les objectifs sont atteints.

Cultiver la fidélisation de la clientèle

Vu que le client le plus facile de convaincre est celui que vous avez déjà, la prochaine étape pour faire croître votre entreprise est d'améliorer l'expérience du client.

Traitez vos clients comme votre atout le plus important. Écoutez-les. S'ils font un achat en magasin ou par téléphone, demandez-leur d'évaluer leur expérience. Non seulement cela va-t-il fournir des avis précieux, mais le client sentira que vous êtes attentifs à ses besoins.

Écoutez vos clients. S'ils font un achat en magasin ou par téléphone, demandez-leur d'évaluer leur expérience. © Jupiterimages/Goodshoot/Thinkstock



Enfin, donnez aux clients des incitations à rester fidèles. Proposez des rabais, des produits gratuits ou des programmes de récompenses. Si vous êtes propriétaire d'un café, par exemple, donnez à vos clients une tasse de café gratuite toutes les dix tasses. Ce simple geste fera qu'ils continueront à revenir— et cela fera augmenter la probabilité qu'ils parleront de votre entreprise à leurs amis.

Entretenir des relations d'affaires

La croissance de votre entreprise a tout à voir avec l'entretien des relations. Être en bons termes avec vos fournisseurs rend plus facile l'obtention de conditions de paiement avantageuses. Vous pouvez demander des extensions, des délais plus courts ou des rabais sur les achats en vrac. Chacun de ces facteurs améliore le flux de trésorerie et libère du capital d'expansion. Des relations positives avec les fournisseurs peuvent également vous donner un accès interne aux informations sur le marché. Parlez à vos fournisseurs de votre produit ou gamme de services, discutez de l'industrie et des tendances du marché, et demandez où se trouvent les possibilités.

Les relations avec les investisseurs sont essentielles également. Mettez en place des relations solides avec des sources de financement multiples, tels que les prêteurs, les investisseurs privés et les sociétés de capital-investissement. Rencontrez-les avant d'avoir besoin d'argent pour parler de votre mission, de vos objectifs et de votre calendrier. Demandez des conseils et tenez-les informés de vos progrès. Cela permet de construire une base de confiance sur laquelle vous pourrez vous appuyer le moment où votre entreprise aura besoin de capitaux pour se développer.

Élargir ses horizons

Une fois que vous avez construit des relations solides, envisagez d'élargir.

Pouvez-vous ajouter un produit ou un service qui complète ce que vous proposez actuellement ? Sera-t-il attrayant pour les clients actuels ? Pouvez-vous utiliser les recettes et ressources actuelles pour le fabriquer ou le proposer ? Aurez-vous besoin de peu de capitaux sans grand risque financier ? Si la réponse est oui, l'expansion de vos produits ou services peut être la bonne démarche à prendre.

S'il existe un segment de marché différent ou un besoin de client différent que vous pouvez aborder, explorer un nouveau créneau peut être votre chemin vers la croissance. Vous pouvez également élargir vos canaux de distribution avec un site Web, un nouvel emplacement ou une alliance avec une entreprise complémentaire.

Faire croître son entreprise : les étapes à suivre pour réussir

Gardez à l'esprit que l'expansion vous remet en mode de démarrage ; il est préférable de ne poursuivre qu'une seule occasion d'expansion à la fois. Veillez à bien tenir vos clients actuels informés de votre nouveau produit ou service tout en vous travaillant aussi à attirer de nouveaux clients.

Sensibiliser

Maintenant que vous avez tout mis en place, faites de la sensibilisation par le biais de promotions, de publicité et de réseautage.

Avant de lancer une promotion ou publicité, définissez clairement vos objectifs. Est-ce que vous essayez de créer une meilleure sensibilisation de marque ou de stimuler les ventes trimestrielles ? Est-ce que vous vous concentrez sur les nouveaux clients ou sur ceux que vous avez déjà ? Quel est le meilleur moyen de les atteindre ? Répondre à ces questions peut vous aider à élaborer de meilleures promotions et à sélectionner les meilleurs médias et messages pour les publicités.

Vous êtes le meilleur ambassadeur de votre entreprise, alors vous devriez essayer le réseautage - un moyen de sensibilisation à faible coût et à fort impact. Organisez ou assistez à des événements et devenez membre d'organisations de personnes à l'intérieur et à l'extérieur de votre industrie. Y a-t-il des gens dans votre communauté qui connaissent tout le monde, qui sont les premiers à tout savoir ou qui ont toujours le dernier gadget ? Entretenez des relations avec ces gens et parlez-leur de votre expansion dans un nouveau créneau. Mais faites attention de bien faire vos devoirs si vous voulez les impressionner avec votre expertise.

Faire participer sa communauté

Les médias sociaux offrent une variété d'outils pour vous aider à informer et à communiquer avec les clients existants et nouveaux. Pour étendre la portée de



Utilisez les médias sociaux pour attirer les clients. Par exemple, essayez de lancer un concours pour donner un nom à un nouvel élément sur le menu. © iStockphoto/Thinkstock

votre entreprise, cultivez des rapports avec votre communauté en ligne via les médias sociaux.

Quels sont les réseaux sociaux les plus populaires auprès de votre public cible ? Proposent-ils un accès à des populations que vous n'aviez pas prises en compte auparavant ? Chaque plate-forme est différente ; familiarisez-vous avec leurs avantages et inconvénients avant de vous lancer.

Enfin, souvenez-vous qu'avec les médias sociaux, il s'agit d'engager les clients dans une conversation au sujet de votre entreprise et de ses produits. Répondez aux messages et commentaires. N'ayez pas peur de la critique – prenez-la en compte et prenez des mesures pour y remédier. Impliquez les abonnés en posant des questions, en organisant des concours et en offrant des promotions exclusives. Par exemple, si vous êtes propriétaire d'un magasin de sandwiches, essayez de lancer un concours pour donner un nom à un nouvel élément sur le menu. Utilisez des images et des vidéos pour attirer un maximum d'attention, et n'oubliez pas d'inclure des liens vers votre site.

Travailler de manière avisée

Vous avez construit des relations solides avec vos employés, clients, fournisseurs, investisseurs et membres de la communauté. Utilisez ces liens pour augmenter les recettes. Faites appel à leur expertise pour rationaliser vos processus d'affaires. Encouragez les clients actuels à passer à un meilleur produit ou à acheter un produit complémentaire. Convincez les partenaires commerciaux d'ajouter votre produit ou service à leur argumentaire de vente.

Une autre façon de travailler de manière plus efficace consiste à adopter de nouvelles technologies. Parlez aux vendeurs et aux autres dans votre communauté pour savoir s'il existe des outils qui peuvent vous aider à rationaliser vos opérations. Par exemple, peut-être existe-t-il des logiciels pour vous aider à garder une trace de votre inventaire ou à suivre les habitudes d'achat des clients. Évaluez le coût de la nouvelle technologie en fonction du gain de productivité possible. Bien qu'il puisse être coûteux d'adopter de nouvelles technologies au début, cela peut porter ses fruits à long terme.